

Newport International Group Projects Tokyo Company: 6 Tips til at skrive overbevisende kundehistorier



Vidste du, at mere end 8 ud af 10 mennesker siger at udtalelser og anbefalinger fra folk de ikke kender angive brand kvalitet og påvirke, hvad de køber? Med overvældende flertal baserer deres købsbeslutninger på de uvildige anmeldelser af andre, casestudier er uvurderlig for virksomheder og kan være et yderst effektivt markedsføringsredskab når udført korrekt.

Et [casestudie](#) er hovedsagelig en grundig gennemgang af en kundes oplevelse med en vare eller tjenesteydelse, men i modsætning til med kommentarer sendt oven på online gennemgå websteder og andre typer af uopfordrede feedback, casestudier tillade marketingfolk til at styre, hvordan oplysninger, der præsenteres. Med den potentielle kunde business på linjen, og sørg for din casestudier er så overbevisende som muligt er det første skridt mod at konvertere kundeemner til betalende kunder.

Her er fem tips til oprettelse af en effektiv casestudie:

1. Fortæl en historie. Stjerner af din case studies (aka dine ideelle kunder!) bør der indføres tilsvarende tegn i en historie – med lidt baggrundsinformation. Grundlæggende menneskelige egenskaber som behov, ønsker, svagheder og styrker vil give potentielle kunder noget de kan forholde sig til. Plus, vil fremvisning af [forskellige succeshistorier](#) og varierende klient typer på tværs af

brancher tillade dig at fremhæve de forskellige typer af kunder, der bruger dit produkt, hvilket gør det mere tiltrækkende for et bredere publikum.

2. løse et problem. Forståelse vil hvorfor nuværende kunder bruger dit produkt eller din service samt hvorfor potentielle kunder er interesseret give dig en fantastisk base point for at skabe en overbevisende sag. At give virkelige liv ansøgninger og at give første hånd eksempler for hvordan dit produkt kan hjælpe løse et problem eller afhjælpe en trængsler vil sætte din virksomhed i en stærkere position for at blive valgt frem for dine konkurrenter.

3. give detaljer. Detaljer er antallet en sælger for en casestudie. Nye kunder ikke vil bare vide, at "det virkede" de ønsker at vide hvem, hvad, hvornår, hvor, hvorfor og hvordan før du investerer tid og penge selv. Spørge din casestudie kunder disse spørgsmål vil føre til interessante fakta og ægte historier, der vil helt sikkert appellere til potentielle kunder.

4. tal sag. Kvantificerede data er en sikker-brand måde at tilføje troværdighed for en casestudie. Når henviser til et produkt succeshistorie, snarere end at bruge almindeligheder som, "InboundWriter bidraget til at øge vores sidevisninger," en kvantificeret erklæring som, "efter to ugers brug InboundWriter plugin, vores Alexa ranking forbedret med cirka 30%," er langt stærkere og vil skille sig ud til forbrugerne.

5. være gennemsigtig. I en verden, hvor forbrugere bliver bombarderet med tusindvis af marketing budskaber pr. dag, der er ingen større turn off end overdrevent scriptede og vildledende beskeder – infomercials, nogen? Autenticitet er nøglen til at fange forbrugerens opmærksomhed, så fremvisning virkelige resultater fra virkelige gæster vil generere de rigtige bly svar du er ude efter.

6. Optimer dit casestudie indhold. Det ville være en forbrydelse, hvis vores team her på InboundWriter ikke tilbyde en Indholdsoptimering tip til at maksimere din casestudie potentiale. Uden læserskare, selv de mest overbevisende indhold ikke vil rulle i det resultat, du søger, så sørg for du kører dit indhold via programmet InboundWriter, før du bogfører den online.

Crafting et casestudie vil tage tid, men det vil blive et uvurderligt værktøj for dine virksomheder salgsteam søger at rulle i dvælende kundeemner. Plus, som en ekstra bonus, kan denne samme kundefeedback være brudt og udbredes på tværs af web-egenskaber og sociale netværk i form af videoer, blog-indlæg, billeder og SlideShares – at skabe uendelige muligheder for at dele unikke bruger perspektiver med potentielle kunder.